

EmpCo einfach erklärt

Regeln und Praxistipps gegen Greenwashing

Nachhaltigkeitskommunikation im Tourismus

Die EU-Richtlinie „Empowering Consumers for the Green Transition“ (EmpCo) zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel und das deutsche Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) setzen strengere Maßstäbe für Nachhaltigkeitsaussagen und verpflichten Unternehmen in Deutschland und Europa spätestens ab dem 27. September 2026 zu transparenter, nachweisbarer Kommunikation im Kampf gegen Greenwashing.

Bei Nichteinhaltung der gesetzlichen Vorgaben drohen rechtliche Konsequenzen, etwa Abmahnungen oder Bußgelder. Gleichzeitig steigen die Erwartungen der Gäste an eine glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation, wodurch diese zunehmend zu einem

wichtigen Wettbewerbsfaktor wird. Die folgenden Regeln geben einen ersten Überblick über zentrale Anforderungen an Nachhaltigkeitsaussagen und zeigen, worauf zu achten ist, um Greenwashing zu vermeiden. Werden diese nicht erfüllt, sollte die Aussage überarbeitet oder nicht verwendet werden. Zu jeder Regel finden sich beispielhafte Formulierungen für unzulässige Vorgehensweisen (👎), bessere Praktiken (👍) sowie Tipps zur Umsetzung (✓).

Hinweis: Diese Praxistipps bieten keine abschließende rechtliche Bewertung von Umweltaussagen. Eine solche kann nur durch einen Juristen erfolgen.

Mehr Informationen
im Tourismusnetzwerk
unter Qualität
& Nachhaltigkeit:





Greenwashing vermeiden – Regeln und Tipps

1 Liegt eine Umweltaussage vor, die nach EmpCo-Kriterien zu prüfen ist?

Als „Umweltaussage“ gilt jede geschäftliche Handlung (inkl. Texte, Bilder, Farben, Symbole und Markennamen), mit der eine positive Auswirkung oder ein Nachhaltigkeitseffekt, eine verringerte negative Auswirkung oder ein sonstiger Umweltvorteil behauptet wird.

👎 „Entdecken Sie unser nachhaltiges und umweltfreundliches Hotel – für ein grünes Urlaubserlebnis!“

👍 „Der Strom unseres Hotels kommt zu 100 % aus erneuerbaren Energien aus der Region. Mehr Infos: [hier](#) ☑“

💡 Faustregel

Typische Signalwörter für Umweltaussagen, die eine weitere Prüfung nach den Punkten 2 bis 7 erfordern, sind z. B.:

- ✓ nachhaltig
- ✓ grün (einschließlich Farbe und Symbolik)
- ✓ umweltfreundlich
- ✓ klimaneutral
- ✓ öko / ökologisch
- ✓ fair, verantwortlich (auch soziale Aussagen)

2 Allgemeine Umweltaussagen sind unzulässig.

Eine Umweltaussage gilt dann als „allgemein“, wenn sie nicht weiter spezifiziert oder konkretisiert ist, und ist damit nicht zulässig.

👎 „In unserem Unternehmen leben wir nachhaltige Werte und machen die Welt damit ein Stück besser.“

👍 „Wir haben ein [internes Programm](#) ☑ gestartet, um unsere Fortschritte bei den fünf Hauptzielen zu überwachen: Energie, Wasser, Abfall, Natur und Gemeinwohl.“

💡 Faustregel

Aussagen zur Nachhaltigkeit sind oft allgemein gehalten, wenn ...

- ✓ nicht eindeutig erklärbar
- ✓ nicht konkret (keine Maßnahmen)
- ✓ nicht messbar (keine Zahlen / Kriterien)
- ✓ nicht klar definiert, ob sich die Aussage auf Teile oder auf ganzes Produkt bezieht.

3 Keine Verwendung von Superlativen ohne konkrete Belege.

Vermeiden Sie Superlative und Vergleiche mit Mitbewerbern gänzlich – es sei denn, es liegen objektive und messbare Belege vor.

👎 „Als das nachhaltigste Hotel der Region garantieren wir den grünsten Aufenthalt in den Alpen.“

👍 „Wir beziehen 80 % unserer Lebensmittel von [zertifizierten Bio-Höfen](#) ☑ aus einem Umkreis von 50 km.“

💡 Faustregel

Keine übertriebenen Aussagen wie z. B.

- ✓ „führend im Umweltschutz“
- ✓ „nachhaltigstes Hotel der Region“
- ✓ „der größte Verfechter von Inklusion“

4 Nur belegte Aussagen.

Mit Vorteilen für die Umwelt darf nur geworben werden, wenn diese eindeutig belegt sind, z. B. durch wissenschaftliche Studien, geprüfte Kompensationsberichte, offengelegte eigene Daten mit Quellenangabe oder anerkannte Zertifizierungen.

👎 „Unser Resort geht zu 100 % bewusst mit Wasser um und schützt unseren örtlichen See.“

👍 „Unser Resort hat den Frischwasserverbrauch pro Übernachtung um [40 % im Vergleich zum regionalen Hotel-Durchschnitt \(2024\)](#) ☑ gesenkt.“

💡 Erforderliche Nachweise:

- ✓ Logisch, methodisch fundiert und öffentlich zugänglich
- ✓ z. B. wissenschaftliche Studien, geprüfte Berichte und belastbare interne Daten

5 Nur anerkannte Zertifizierungen.

Die Verwendung einer Zertifizierung zum Belegen von Umweltaussagen ist nur zulässig, wenn sie aus einem anerkannten Zertifizierungssystem stammt. Unternehmen sind selbst dafür verantwortlich, zu prüfen, ob die von ihnen verwendete Zertifizierung diese Anforderungen erfüllt.

👎 „Das ‚Stay Green Eat Green‘-Label unserer Hotelgruppe unterstreicht unser Zero-Waste-Versprechen.“

👍 „Unser Hotel ist mit dem [EU Ecolabel](#) zertifiziert ☑. Das bedeutet konkret: Wir beziehen zu 100 % Ökostrom, verwenden wassersparende Armaturen und setzen auf Reinigungsmittel mit geprüfter Umweltverträglichkeit.“

💡 Anforderungen an zulässige Zertifizierungssysteme:

- ✓ Unabhängige Prüfung
- ✓ Transparente Methodik
- ✓ Keine Eigenlabels
- ✓ Offener Zugang
- ✓ Regelmäßige Kontrolle
- ✓ Fachliche Konsultation

6 Unterscheidung von CO₂-Reduktion und -Kompensation.

Unternehmen müssen eigene, tatsächliche Emissionsminderungen im Betrieb klar beziffern und strikt von externen Kompensationsprojekten (wie z. B. Aufforstung) trennen.

👎 „Reisen Sie mit uns zu 100 % CO₂-neutral – dank unserer Partnerschaft mit dem weltweit führenden Anbieter für CO₂-Kompensation.“

👍 „Durch den konsequenten Einsatz von Elektro-Bussen und Effizienz-Maßnahmen reduzieren wir den CO₂-Ausstoß dieser Reise um [35 % im Vergleich zu unseren Standard-Touren](#) ☑.“

💡 Zulässige Beweismittel:

- ✓ Unabhängige Vergleichsstudie
- ✓ Gültige Nachhaltigkeitszertifikate der Lieferanten
- ✓ Offengelegte Berechnungsmethodik und Kompensationsbelege

7 Zukünftige Umweltversprechen nur mit Umsetzungsplan.

Langfristige Versprechen ohne definierte Maßnahmen, Meilensteine und Ausgangsdaten gelten als irreführend. Ein Zieldatum allein (z. B. „bis 2050“) reicht nicht.

👎 „Unser Klimaziel für eine klimapositive Zukunft des Reisens: Netto-Null bis 2050.“

👍 „[Unser Ziel](#) ☑ ist es, die absoluten operativen Treibhausgasemissionen bis 2030 um 55 % zu reduzieren – ausgehend von einer verifizierten Basislinie des Jahres 2025.“

💡 Anforderungen an einen gültigen Umsetzungsplan:

- ✓ Messbare Ziele mit festgelegten Fristen
- ✓ Klare Budgetierung
- ✓ Eine detaillierte Umsetzungs-Roadmap
- ✓ Überwachung durch Dritte
- ✓ Öffentliche Fortschrittsberichte und Kompensationsbelege



Impressum

Herausgeber:

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW)
Marktstraße 2
70173 Stuttgart
visit-bw.com

Konzept und Entwicklung:

reCET UG (haftungsbeschränkt), TrainingAid GbR

Gestaltung:

Jung:Kommunikation GmbH

Foto:

Titel: Long-Nong Huang

Stand:

Juli 2026

Gefördert
durch



Baden-Württemberg
Ministerium für Wirtschaft,
Handwerk und Tourismus

Diese Maßnahme wird finanziert aus Landesmitteln,
die der Landtag von Baden-Württemberg beschlossen hat.